

«КУЛІНАРНА» МЕТАФОРА В УКРАЇНСЬКІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Аналіз сучасної української економічної термінології показує, що серед активних термінотвірних засобів важливе місце займає метафора. Як зазначає Дж. Лакофф, «метафора пронизує все наше повсякденне життя і проявляється не тільки в мові, але й у мисленні та дії. Наша буденна понятійна система, в рамках якої ми мислимо та діємо, метафорична за самою своєю суттю» [1:387].

Метафоричне сприйняття понять, дій та процесів в економічній галузі спричинило виникнення нових слів та словосполучень на основі вторинної номінації. Вторинна номінація – це використання загальноживаного слова для позначення наукового поняття: *споживчий кошук, відплив капіталу, вексельний портфель*. Це досить давній та продуктивний спосіб термінотворення. Також дуже часто в окрему термінологічну систему будь-якої науки запозичуються терміни, які вже є метафоризованими у мові оригіналу. В основі термінів можуть лежати антропоморфні, геоморфні, зооморфні, метеоморфні та інші метафори.

Окрему групу економічних термінів та професіоналізмів становлять слова та словосполучення, які сформовані з використанням назв кулінарних, гастрономічних та суміжних з ними понять. Слова з використанням «кулінарної» метафори належать до так званої предметної лексики, для якої властива прозора внутрішня форма, яка вказує на головні ознаки відповідних денотатів. Терміни-метафори, що виникли під впливом кухонних, кулінарних понять, можна поділити на декілька груп.

До першої з них можна віднести терміни, які походять від загальноживаних слів та словосполучень зі сфери кулінарії, гастрономії та суміжних з ними понять, але внаслідок процесу метафоризації набули вторинного, образного значення в галузі економіки, всі вони переважно українського походження.

Кухня. Словник фіксує такі значення цього слова: «1. Спеціально пристосоване приміщення з піччю, плитою та ін. для готування їжі. // Готування їжі. // *чого, перен., ірон.* Про прихований закулісний бік якої-небудь негативної діяльності. *Похідна (солдатська) кухня.* 2. Набір страв, характер харчування. *Молочна кухня*» [2: 600]. Отже, лексемою *кухня* образно, метафорично називають прихований бік якої-небудь негативної діяльності, що часто зустрічаємо в сучасній мові: *політична кухня, біржева кухня* тощо. В економічній сфері існує кілька значень цього слова.

По-перше, *кухня* – це невелика брокерська фірма, не завжди чесна зі своїми клієнтами. Ця назва є брокерським жаргонізмом, використовується у мові біржових працівників на теренах СНД.

По-друге, *кухнею* в сучасній економічній термінології також називають так звані фірми-одноденки, тобто фірми, які виникають на невеликий проміжок часу, отримують прибуток і зникають з ринку. Найчастіше з цією назвою пов'язують брокерські фірми, що виникають у сфері діяльності найвідоміших валютних ринків типу Форекс. Брокери таких фірм виходять із того, що більшість клієнтів, граючи на валютному ринку, переважно програють. Тобто прибуток *кухні* складається з програшів клієнтів. І схема прекрасно працює, поки хтось не починає постійно вигравати. Тоді *кухня* закривається із залишками грошей клієнтів, щоб через кілька місяців виникнути під іншою назвою.

Диня, розрізати диню. До першої групи можна віднести назву *диня*, яка має такі значення: «1. Баштанна рослина з великими запашними плодами. 2. Великий круглий або продовгуватий плід цієї рослини» [2: 296].

Слово *диня* набуло образного, метафоричного значення в економічній сфері, воно використовується у галузі фондового ринку для позначення виплати дивідендів акціями певної корпорації або виплати значної суми додаткових дивідендів готівкою. При цьому, коли оголошують про розподіл додаткових прибутків компанії, то використовують спеціальне словосполучення *розрізати диню* [3].

Збирання / знімання вершків. Словосполучення *збирання / знімання вершків* в економічній (фінансовій) сфері позначає особливу „стратегію ціноутворення, суть якої полягає у встановленні високої стартової ціни на новий товар з метою отримання максимального прибутку з усіх сегментів ринку, готових заплатити запрошену ціну; забезпечує менший обсяг продажу при більшому доході з кожного продажу” [4]. Вираз *збирання / знімання вершків (збирати / знімати вершки)* позначає також: а) цінову політику підприємства, яка полягає у встановленні завищеної ціни на новий чи удосконалений товар (фінансова сфера); б) цінову політику, яку проводять підприємства-виробники і торгові фірми при уведенні на ринок нового товару, яка розрахована на тимчасове отримання високого прибутку. Така політика ґрунтується на бажанні низки покупців мати новий товар, який вони готові придбати за високою ціною, яка набагато перевищує затрати виробництва”.

Зазначимо, що фразеологічні вирази *збирати вершки [на молоці]*, *збирати / зібрати сметанку* фіксує „Фразеологічний словник української мови” із класичним загальноповживаним значенням – „брати собі все найкраще, першим користуватися чиймись здобутками” (*Я бачу, що ви любите вершки на молоці збирати,— кинув напівжартома Майстренко (І. Цюпа); Збирають [бездарні автори] сметанку з усіх спеціальних праць, дають по правді тільки [тільки] якусь бовтанку, препаративану для їх власного смаку (І. Франко); Я своїм товаром не набиваюсь — він сам за себе говорить. Але глядіть, скажу вам, щоб потім не каялись: хтось сметанку збере, а вам і сироватки не дістанеться (М. Стельмах)*) [5].

Окремо можна виділити групу термінів, які у просторі економіки набули вузькоспеціального значення, стали професіональними фразеологізмами. У процесі створення термінів такого типу часто відбувається перехід

загальноживаного або фразеологічного словосполучення до розряду термінів у якості так званих професійних висловлювань. Вони переважно запозичені з інших мов.

Копчений оселедець, червоний оселедець, червона риба. *Копчений оселедець* - попередній проспект, який в загальних рисах інформує про емісію облігаційної позики. *Копчений оселедець* може бути випущений до набуття чинності заяви про реєстрацію емітента [4]. Синонімічним словосполученню *копчений оселедець* є фразеологічні вирази *червоний оселедець, червона риба*. Ці ідіоми є калькою з англійської мови, зі словосполучення «a red herring», яке означає «привід для відвертання уваги, для замилювання очей». В англійській мові цей вираз має кілька значень: 1) копчений оселедець; 2) відволікаючий маневр (дуже пахучий копчений оселедець використовувався для того, щоб збивати зі сліду мисливських собак); 3) попередній проспект випуску чогонебудь; "риба" (попередній проспект випуску акцій; на таких проспектах проставлялася червона позначка, яка вказує на те, що даний документ не є пропозицією продажу, а використовується тільки для попереднього інформування про випуск; використовується для з'ясування зацікавленості потенційних інвесторів; зазначені в такому проспекті умови ще можуть бути змінені). Саме словосполучення є скороченим варіантом англійського прислів'я «to draw (або to track, to trail) a red herring across the path» - спеціально направляти хибним шляхом по сліду; відволікати увагу від обговорюваного питання.

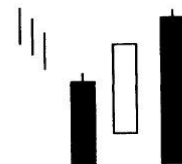
Голландський сандвіч (сендвіч). *Голландський сандвіч* (Dutch sandwich) – це назва для спеціальної податкової структури, в якій використовуються компанії з двох голландських юрисдикцій для зменшення оподаткування в США на прибуток від ліцензій і патентів, який отримується в США.

Словосполучення *голландський сандвіч* має свою історію і пов'язане з існуванням міжнародного офшорного фінансового центру на Нідерландських Антильських островах (НАО), діяльність якого почалась у першій половині ХХ століття. Завдяки своїй незалежності, а також завдяки положенням нідерландського законодавства, що дозволяють у випадку надзвичайних обставин переносити офіційне місцеперебування (юридичну адресу) голландських компаній на Нідерландські Антильські острови, юрисдикція останніх стала ідеальною з точки зору захисту активів і міжнародного податкового планування. Використання компаній в юрисдикції НАО у поєднанні з голландською компанією в міжнародній діловій практиці прийнято називати "голландським сандвічем" [6].

Отже, назва мотивована використанням двох компаній, одна з яких є легальною, інша – напівлегальною, офшорною внаслідок юридичної недосконалості міжнародного податкового кодексу.

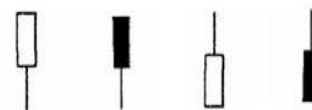
Прилиплий сандвіч. У біржовому дискурсі використовується також досить цікава назва *прилиплий сандвіч*, яка позначає один із різновидів так званих «японських свічок» [7:141]. Японськими свічками називають спеціальні графіки, подані у вигляді продовгуватих тривимірних фігур, схожих на циліндри. Цей метод є альтернативою європейському методу графіків у вигляді

стовпчиків. Метод японських свічок досить часто використовується в сучасній біржовій практиці як класичний та оригінальний. Поєднання кількох графіків за певний період роботи біржі носять цікаві назви, сформовані під впливом японської культури.



У моделі *прилиплий сандвіч* між двома чорними схематичними графіками розміщено білий. Кожен з них символізує стан акцій на біржі у певний період дня. Ми можемо спостерігати стилізовану картину трьох пластів, як у класичному сандвічі, звідки й сама назва графіка.

Біле ескімо, чорне ескімо. Ще одним цікавим терміном на позначення графіків у японських свічках як методу представлення аналізу стану акцій та ф'ючерсів на біржі є так зване *біле* та *чорне ескімо*. Як відомо, *ескімо* (фр. *esquimaux*) — це вершкове морозиво на паличці, часто покрите шоколадною глазур'ю. Ці графіки стилізовані під таке морозиво на паличці і мають відповідні кольори. Крім того, існують також назви *перевернуте біле ескімо* та *перевернуте чорне ескімо*, які також виникли за візуальним сприйняттям японських свічок-графіків.



Яблуко. Досить цікавою є також назва на позначення ще одного графіка біржових торгів - *яблуко*. Це разворотна модель всередині дня під час торгів на біржі, яка складається із двох горбиків і за зовнішнім виглядом нагадує верхню частину яблука (звідси й назва).

Отже, проаналізувавши економічні терміни, сформовані під впливом назв кулінарних, гастрономічних та суміжних з ними понять, можна зробити висновок, що в сучасній українській економічній термінології таких термінів є досить велика кількість. Усі вони є або власне українського, або іншомовного походження. Економічні терміни такого типу мають прозору внутрішню форму та чіткі мотиваційні ознаки. Зазначимо, що терміни іншомовного походження з кулінарним маркуванням найчастіше запозичуються в українську мову вже у метафоризованому вигляді.

Література

1. Лакофф Дж. Джонсон М. Метафори, котóryми мы живем // Теория метафоры. – Москва, 1990. – С. 387-415.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. - Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
3. <http://www.slovarus.ru/>
4. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс.— М., Видавничий дім "Вільямс", 2007. — 608 с. (<http://termin.com.ua/>)
5. Фразеологічний словник української мови [за ред. Л. С. Паламарчука]. - Київ: Наукова думка, 1993. - 984 с.
6. Боксер А. Выплата дивидендов компании, зарегистрированной на Нидерландских Антильских островах. (<http://www.annexus.su/>)
7. Моррис Г. Японские свечи-методы анализа акций, проверенные временем / Пер. с англ. – Москва: Альпина паблишер, 2001. – 311 с.